

La televisión de los primeros años de la dictadura: cambios institucionales, centralidad del entretenimiento e innovaciones en la programación (1976-1978)

Joaquín Sticotti (*)

Resumen: Este artículo analiza la televisión argentina durante los inicios de la última dictadura (1976-1978) a través de tres dimensiones principales: el accionar de los principales actores sociales involucrados en el medio (militares, empresarios y profesionales); las decisiones institucionales que aparecen en documentos oficiales y las innovaciones estéticas y temáticas sobre la programación. Se propone, a su vez, discutir con las miradas que se concentran exclusivamente en la censura y la propaganda para abordar la televisión de la última dictadura. En cambio, postula la necesidad de analizar la centralidad de la programación orientada al entretenimiento, reflexionar sobre el rol de los profesionales de la televisión por fuera de la dicotomía complicidad/resistencia y ponderar la centralidad de la tecnología en la modernización del medio. El recorrido del trabajo parte de la hipótesis de que la dictadura se apropia de dos herencias en su política televisiva: la estatización de los principales canales (9, 11 y 13) concretada en 1974 y la tradición comercial forjada por empresarios en la década del sesenta. A partir de estas herencias desarrollará su política cuyos ejes pasarán por: la censura descentralizada; las innovaciones en la programación (*Videoshow*, *Mónica presenta*, *División Homicidios*) y el regreso de figuras como Alberto Olmedo y Mirtha Legrand. Se trabajará con un archivo propio de fuentes, entrevistas a profesionales de la televisión, archivo audiovisual y grillas de programación. Se propone como un aporte tanto al campo de la historia de los medios en Argentina como a su articulación con los debates de la historia reciente.

Palabras clave: televisión – dictadura – entretenimiento – propaganda

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 116]

(*) CIS-IDES/UNTREF/CONICET

Es Sociólogo y Doctor en Ciencias Sociales por la UBA. Se desempeña como becario postdoctoral del CONICET en el CIS-IDES/UNTREF. Es docente de las asignaturas “Historia de los medios” en la UBA y “Políticas de la Información I y II” en la ENB de la BNMM. joaquinasticotti@gmail.com

Introducción

En la madrugada del 24 de marzo de 1976 las Fuerzas Armadas tomaron el poder político ocupando la Casa de Gobierno, el Congreso Nacional y las estaciones de radio y televisión de Buenos Aires (Novaro y Palermo, 2003). Tras el golpe militar, todos los canales interrumpieron sus programaciones por orden oficial. La única excepción a la interrupción fue el partido que la selección argentina de fútbol disputó con sus pares polacos en la ciudad de Chorzów (Bauso, 2018, pp. 126-127). Para los militares, tomar el poder en marzo de 1976 implicó pasar automáticamente a hacerse cargo de la gestión de los principales canales de televisión del país. Su primer acto en el poder fue anunciar el golpe por cadena nacional y leer la proclama de la Junta Militar por esta misma vía. La televisión continuó siendo el medio principal para las transmisiones deportivas, como el partido de la selección argentina de fútbol que se jugó el mismo 24 de marzo, y, también, para la programación habitual orientada al entretenimiento que retornaría a partir del día siguiente.

A lo largo de este trabajo, buscaremos demostrar que los programas orientados al entretenimiento, con sus innovaciones temáticas y estéticas, tuvieron una presencia muy importante en la pantalla durante los primeros años del gobierno militar. Esto implica, desde nuestro argumento, ponderar el papel de los profesionales de la televisión y relativizar ciertas miradas, académicas y periodísticas respectivamente, sobre la televisión de la dictadura como un período exclusivamente dedicado a la propaganda política (Varela, 2017) o como una etapa “oscura” o “negra” sin innovaciones en la programación (Ulanovsky, Sirvén e Itkin, 2011; Nielsen, 2006). Para esto, es necesario considerar el lugar de la publicidad comercial como sostén económico del negocio televisivo; repasar los mecanismos de censura desarrollados por el poder militar; analizar las manifestaciones de propaganda política elaboradas por el régimen y detenernos en la variedad de la programación basada en el entretenimiento que, en algunas ocasiones, se presenta combinada con una selección muy particular de noticias e información.

Este trabajo es producto de una investigación realizada para la tesis de doctorado *La televisión argentina entre el Estado y el mercado: nacionalismo, tecnología y entretenimiento (1973-1984)* defendida en 2024. Está basado en diversas fuentes que conforman un archivo propio sobre la televisión del período que incluye: archivo audiovisual de programas televisivos, material legislativo, legajos militares, bibliografía especializada, grillas de programación, publicaciones gráficas periódicas con secciones fijas dedicadas a la televisión y entrevistas en profundidad con profesionales del medio. En cada una de las secciones, las fuentes se articulan buscando una comprensión general de los fenómenos. La primera parte, se dedica a analizar el funcionamiento institucional de la televisión a partir de 1976. La primera sección se concentra en las características del modelo de televisión que funcionó durante la dictadura. La segunda discute con algunas interpretaciones enfocadas solamente en las producciones de propaganda elaboradas por el gobierno militar y pondera la importancia de la publicidad en la continuidad de la programación de entretenimiento. La segunda parte, analiza lo que consideramos como la zona menos investigada de la historia de la televisión durante la dictadura: la cultura televisiva. Para esto, la tercera sección se concentra en las innovaciones temáticas de la programación en los primeros años

del gobierno militar a partir de tres programas: *División homicidios*, *Videoshow* y *Mónica presenta*. La cuarta sección se enfoca en los regresos a la pantalla de algunas figuras que venían de una larga trayectoria en el medio durante los años anteriores: Mirtha Legrand y Alberto Olmedo.

Parte I

Control militar y continuidad comercial

Para comenzar a analizar la televisión de los primeros años de la dictadura (1976, 1977 y la primera parte de 1978) es necesario comprender la articulación del control militar de los canales con la continuidad del funcionamiento comercial. Entendemos que este esquema articula dos herencias que las Fuerzas Armadas recibieron: una de más largo plazo, que consistía en el funcionamiento comercial de los canales de Capital Federal basado en la competencia por el *rating* y sostenido por una programación en la que predominaba el entretenimiento. Este funcionamiento se había desarrollado y consolidado en los años sesenta y los primeros setenta gracias a la impronta otorgada a los canales por algunos empresarios (Alejandro Romay, Héctor Ricardo García y Goar Mestre) y por el proceso de consolidación y (relativa) autonomización de los profesionales de la televisión. Y otra herencia, más reciente, que era el carácter estatal de los canales, producto del proceso de estatización ocurrido entre 1973 y 1974 (Morone y De Charras, 2005; Sticotti, 2020; Ramírez Llorens y Sticotti, 2023).

La gestión estatal heredada del gobierno peronista devino control militar luego del golpe de Estado del 24 de marzo de 1976. El gobierno militar debió, simplemente, reemplazar a los interventores para acceder al manejo directo de la llamada “televisión nacional” (Postolski y Marino, 2005, p. 163). Los primeros interventores a cargo de los canales fueron: en Canal 7, el capitán de corbeta Humberto F. D’Angelo; en Canal 9, el teniente coronel Roberto Jesús González; en Canal 11, el teniente coronel Adolfo Pietronave y en Canal 13, el capitán de fragata Carmelo Astesiano Agote.

La distribución entre las fuerzas mostraba, en principio, un reparto entre el Ejército y la Armada; unos meses después, asumió un interventor de la Fuerza Aérea en Canal 11. Estos mecanismos de distribución de poder entre las tres armas reflejaban el diseño institucional que la dictadura buscó darle a su gobierno centrado en la autoridad de la Junta Militar, incluso en la televisión (Novaro y Palermo, 2003). Al principio, los interventores fueron miembros activos de las Fuerzas Armadas, pero, a partir de 1978, fueron reemplazados por oficiales retirados. Podemos interpretar esta decisión como un efecto del pasaje, desde la perspectiva de las FF. AA., de un “estado de guerra” a un “estado de paz”. Mientras se libraba la “lucha contra la subversión” era necesario que los principales canales de televisión estuviesen dentro de las cadenas de mando de las diferentes Fuerzas Armadas, luego, esto dejó de ser imprescindible.

En los primeros meses de la dictadura, con los canales ya intervenidos por las Fuerzas Armadas, se planteó la necesidad, a través de una comisión negociadora, de llegar a un

acuerdo extrajudicial de compensación económica por los canales expropiados con los empresarios ex permisionarios del 9, el 11 y el 13. Goar Mestre fue el primero en arreglar su compensación y, según Sirvén (1996), el tono de las conversaciones del empresario cubano con los interventores militares fue cordial y expresó cierta afinidad entre ambos. Por ejemplo, el interventor de la Marina, Carmelo Agote, le pidió recomendaciones a Mestre respecto a los cuadros técnicos y artísticos que debía contratar para la emisora (Sirvén, 1996). La negociación se cerró el 18 de octubre de 1977 por la suma de 11.200.000 dólares (1996, p. 229).⁰¹ Las conversaciones con Héctor Ricardo García demoraron más y resultaron menos exitosas en términos monetarios para el empresario: logró cobrar su compensación el 28 de diciembre de 1979 por el monto de 6.500.000 dólares (García, 2012, p. 213). El caso de Alejandro Romay y la licencia de Canal 9 fue distinto, ya que su decisión fue rechazar —desde el principio— una negociación por un acuerdo extrajudicial. Avanzó, en cambio, en un litigio en los tribunales hasta que la justicia falló a su favor en 1984. Si bien no lo menciona en sus memorias (Romay, 2006), otras fuentes coinciden en que el interventor militar de Canal 9 entre 1978 y 1982, el coronel Clodoveo Bettesti, recibía el asesoramiento informal de Romay (Sirven, 1996; García, 2012).⁰²

El hecho de que se llevaran adelante las negociaciones por las expropiaciones y que algunas fuentes mencionaran la cooperación de los empresarios con los interventores militares marcó una distancia respecto a lo que fueron las relaciones —más tensas— de los empresarios con el gobierno peronista que había estatizado las emisoras. Entre los militares y los ex permisionarios parecía haber una afinidad que no había existido con el gobierno peronista recientemente derrocado. Aunque no fue enunciado explícitamente por empresarios o militares, podemos vincular esta afinidad a la continuidad, al menos en los primeros años de la dictadura, de la herencia de largo plazo asociada a la televisión comercial y de entretenimiento.

Uno de los elementos que se transforma con la gestión militar de la televisión es el dispositivo de censura y control, más allá del rol de los interventores militares en los canales. En cada canal, se incorporó la figura del “asesor literario” que comenzó a partir de 1977 (Varela, 2005b, p. 5). Estas figuras, que funcionaban como censores previos del contenido de los guiones de los programas de ficción, tenían también la potestad de vetar algunos invitados o actores que se encontraban en lo que se denominó “listas negras”.⁰³ En este marco vemos cómo la censura a la televisión se ejerció fundamentalmente a partir de las direcciones artísticas de los canales (Mazziotti, 1996, p. 73) diferenciando a la dictadura argentina de otros regímenes, como el franquista, donde existía una censura centralizada (Varela, 2001). Siguiendo a Julia Risler (2018), el dispositivo de censura se completaba con la Secretaría de Información y Prensa (SIP) que elaboró, en 1977, un conjunto de pautas para la totalidad de los medios de comunicación (escritos y *broadcast*) en las que se afirmaba que debían inducir a la restitución de “valores fundamentales” para la sociedad como el orden, la responsabilidad y la moral cristiana (p. 143). Estas pautas se acompañaban de informes periódicos de seguimiento en los cuales se denunciaban “trasgresiones” publicadas o transmitidas (2018). Los elaboraba la Subsecretaría de Planeamiento y los elevaba al Ministerio del Interior. En los registros que se conservan en el “archivo Banade” se puede constatar como las “trasgresiones” son mucho más habituales en medios gráficos

(privados) que en los canales controlados por el Estado.

Por último, tenemos la herencia del funcionamiento comercial y la particular forma que asumió con el control militar de la televisión. La medida fundamental del éxito comercial era, como ya analizamos, el *rating*. Los números de audiencia, durante los primeros meses de la dictadura, comenzaron a aumentar expresando el inicio de una tendencia que se verificó en el mediano plazo. El *rating* total promedio de los cuatro canales de Capital Federal (7, 9, 11 y 13) fue de 24,8 puntos en mayo de 1976 y de 34 puntos en octubre del mismo año según datos de la consultora IPSA (*Somos*, 12 de noviembre de 1976, p. 68). En un análisis posterior, basado en datos de la consultora Mercados y Tendencias, Heriberto Muraro afirma que el encendido diario en el AMBA alcanzaba, entre 1974 y 1975, 20 puntos diarios de *rating* y pasó a alcanzar 25 puntos entre 1979 y 1982 (Muraro, 1987, p. 40). Esto marca una diferencia clara con respecto a la televisión gestionada por el Estado en el marco del último gobierno peronista que se expresaba en las cifras del *rating*.

En otra investigación, Muraro (1987) sugiere que los militares se establecieron como los “nuevos zares” de la televisión. Se trata de una imagen ilustra una dinámica en la que los interventores buscaban ocupar el rol de los históricos empresarios de la televisión, mantener la competencia entre los canales y los negocios de la publicidad basados en ella. Según la perspectiva de Enrique “Yuyo” Taboada, esta asimilación de los interventores con los empresarios era defectuosa dado que, los militares “no entendían nada de televisión” y por lo tanto se apoyaban en los profesionales de la televisión para desarrollar los programas y definir las estrategias de competencia.⁰⁴ Sin embargo, a pesar del desconocimiento de los militares respecto al negocio televisivo, le otorgaron una gran centralidad a la variable más importante de la televisión comercial: el *rating*. Según Taboada, los comandantes en jefe de cada una de las Fuerzas Armadas recibían, periódicamente, las planillas con las mediciones de audiencia de los canales que estaban bajo su control.⁰⁵

En suma, como resultado de las transformaciones institucionales producidas por la dictadura en la televisión, se desarrolló una dinámica de funcionamiento que reprodujo la competencia, herencia de los años de desarrollo de la televisión comercial durante la década del sesenta y principios de los setenta, combinada con el control militar de los principales canales, un sistema de censura descentralizado y los profesionales de la televisión en un papel importante para el desarrollo de programaciones competitivas.

Propaganda, publicidad y entretenimiento

En los últimos años, las investigaciones sobre la dictadura (1976-1983) han incorporado trabajos que abordan la propaganda (entendida como la producción de mensajes para persuadir, política o ideológicamente) y la publicidad (entendida como la producción de mensajes para persuadir la compra un producto o un servicio). Nos interesa retomar algunos de estos aportes para pensar su papel en la televisión de los primeros años de la dictadura.

Respecto a la propaganda, hubo varios trabajos académicos que se ocuparon de anali-

zar los documentales institucionales elaborados por la dictadura: *Ganamos la paz* (1977), *Estoy herido ¡Ataque!* (1977) y el *Documento final de la Junta Militar sobre la guerra contra la subversión y el terrorismo* (1983).⁰⁶ Tomamos tres ejemplos cuyos aportes nos resultan significativos: Mirta Varela (2018) analiza los tres documentales y algunas emisiones del noticiero cinematográfico *Sucesos Argentinos* para reflexionar sobre el rol de la memoria en los discursos oficiales de la dictadura. Allí, investiga las repeticiones históricas de algunos mecanismos argumentativos como el que opone un “presente luminoso” a un “pasado oscuro” (Varela, 2018, p. 68). Marcela Visconti (2017) analiza los dos primeros documentales en relación con dos películas inscriptas en la tradición del cine militante: *Montoneros, crónica de una guerra de liberación* (Ana Amado y Nicolás Casullo, 1976) y *Resistir* (Jorge Cedrón, 1978). Su aporte tiene que ver con pensar de qué manera estos documentos audiovisuales proponen una disputa de imágenes con estéticas diferentes, pero elementos en común, como el retorno sobre la historia nacional (Visconti, 2017). Por último, Claudia Feld (2013) estudia, fundamentalmente, el último de los documentales en relación con el programa de la CONADEP de 1984. En su artículo, destaca cómo tanto *Ganamos la paz* como el *Documento final...* (ambos elaborados en dictadura) utilizan las mismas imágenes de archivo y de qué forma el programa de la CONADEP elige apostar por una credibilidad que se sostiene en los testimonios ante la ausencia de imágenes de la desaparición (Feld, 2013). Estos trabajos se concentran en elementos temáticos y estéticos presentes en las producciones audiovisuales de la propaganda elaborada durante la dictadura.

La investigación de Julia Risler (2021), en cambio, pone el foco en la asociación que se construyó, durante la dictadura, entre el Estado y el ámbito empresarial de la publicidad. Este tipo de asociación nos resulta decisiva para pensar el espacio de la publicidad y la propaganda en la televisión. Según la autora, la Secretaría de Información Pública (SIP) funcionaba, simultáneamente, como órgano contralor de los medios de comunicación y como espacio para la producción y difusión de campañas propias a través de la agencia Télam y de los canales de televisión en manos estatales (Risler, 2021). Es decir, la secretaria supervisaba a los medios estatales y privados y, a su vez, producía y difundía sus propias piezas de propaganda, como los documentales mencionados. La relación con la publicidad comercial, dentro de este organigrama, era particular: el COMFER era el organismo, dentro de la SIP, encargado de regularla, pero la actividad publicitaria no contaba con legislación previa que definiera sus límites y deberes, con lo cual, el control funcionaba a partir de “acuerdos y conversaciones” entre el organismo y la Asociación Argentina de Agencias de Publicidad (AAAP) (Risler, 2021, p. 235).

Esto se da en un contexto de singular importancia para la publicidad comercial en Argentina ya que, entre el 13 y el 18 de mayo de 1976, se organizó en Buenos Aires el Congreso Mundial de Publicidad y el presidente *de facto* Jorge Rafael Videla asistió a la inauguración.⁰⁷ Durante el evento se decidió la creación de una Comisión de Autorregulación Publicitaria (CIAP) que comenzó a funcionar en septiembre de 1976. Se trataba de un intento del sector por definir los límites de la actividad sin alterar los lineamientos del gobierno militar pero, a su vez, evitando su intervención en el ámbito publicitario (Risler, 2021). Estas condiciones favorables para la publicidad comercial y sus relaciones fluidas con los organismos estatales acercaban a la industria a uno de los medios de comunicación

más importantes para la colocación de pauta controlado por el Estado, como la televisión, que recibió, en los primeros años de la dictadura un número creciente de inversión publicitaria.

La revista *Gente* publica, el 27 de enero de 1977, una nota en su sección “Publicidad y Negocios” titulada “Tarifas publicitarias: ¿Qué pasa entre TV y gráfica?”. Allí se analizan comparativamente las tarifas en medios gráficos y televisión y se afirma que “Cuando las empresas privadas manejaban los canales 9, 11 y 13 sus tarifas promedio eran 6 veces inferiores a las de los medios gráficos en costo por contacto. Ahora, sin embargo, las tarifas de TV son 18 veces menores, estableciendo una decisiva ventaja sobre ese medio” (p. 34). Teniendo en cuenta que la revista *Gente* era, en el período, un medio afín al gobierno militar (Gago y Saborido, 2011), este tipo de nota puede ser interpretada como una invitación a la inversión publicitaria en la televisión comercial bajo control militar. Los posteriores aumentos del *rating* promedio de la televisión les dieron la razón a los publicitarios que eligieron invertir en el medio.

Algunos trabajos analizan la presencia, específicamente televisiva, de campañas de propaganda durante la dictadura. En el libro de Gustavo Varela (2017), el capítulo titulado *Televisión y dictadura* toma un corpus de propagandas políticas y documentales emitidos en esos años. Según el autor, en las propagandas institucionales elaboradas cuando se cumplieron seis meses del golpe de Estado en septiembre de 1976 está la “plataforma” de todas las que siguieron. Los temas centrales eran “la lucha contra la subversión, lo argentino, el estilo de vida y la juventud” (Varela, 2017, p. 160). Varela afirma que “La televisión, desde 1976, es una planicie. La dictadura, en esa planicie, inunda la pantalla con sus propias producciones casi desde el comienzo” (2017, p. 159). En función de nuestras fuentes, podemos poner en discusión la idea de que la programación del período se basó, en su totalidad, en producciones “de la dictadura”, al menos en el sentido restringido a las producciones de propaganda en las que la Junta Militar se propone como enunciativa. Si tomamos como referencia las propagandas elaboradas bajo la supervisión de la SIP, podemos aceptar la conclusión de Varela (2017), pero si observamos la totalidad de la programación, dentro de la cual tenemos un porcentaje importante de series extranjeras, programas realizados por productoras independientes y otros, en los canales, bajo la supervisión de interventores militares, pero por profesionales de la televisión, el panorama es diferente. Al menos no se trata del mismo tipo de producciones “de la dictadura” y es preciso distinguirlas entre sí. ¿Qué se veía, entonces, en la pantalla de televisión durante la dictadura? ¿Qué imágenes aparecían cotidianamente? Son preguntas difíciles de responder de forma contundente por la falta de archivos audiovisuales completos. Sin embargo, tenemos elementos, a partir de nuestro archivo propio de fuentes seleccionadas, para afirmar que la televisión de la dictadura no era una “planicie”, y que se veían principalmente programas de entretenimiento orientados a captar la mayor cantidad posible de publicidad comercial a través del *rating*. Comencemos, para justificar nuestra afirmación, por analizar una semana de programación de mayo de 1977 a partir de la grilla publicada por el diario *Clarín*.⁰⁸

PROGRAMA PARA HOY		
10:	16:	21:
⑨ ESMERERES	⑦ DESPERTAR AL SOL	⑦ LA PANTERA ROSA
⑬ MOVIMIENTO Y SALUD	Tele teatro con María Aurelia Bisutti y Jorge Martínez.	TOM Y JERRY
10.5:	⑬ EN BUSCA DE UN DESTINO	EL PAJARO LOCO
⑨ RECREO INFANTIL	Tele teatro con Alberto Martín y elenco.	Dibujos animados.
Conduce y anima Elvira Bonetti.	16.30:	⑨ NOTICIERO
10.30:	⑨ EL AMOR TIENE CARA DE MUJER	Segunda edición.
DISCORAMA	Tele teatro con Nené Casarini.	② EL HOMBRE NUCLEAR
⑬ CURSO DE IDIOMAS: FRANCÉS.	17:	⑨ LAS CARTAS DE LARGUIRUCHO
11:	② EL SHOW DE PAPA SÍN	① NOCHE DE PELICULA
⑦ MI MARCIANO FAVORITO	Conduce Eduardo Sánchez Ferri.	"Mamá, no te metas en el asunto" con Glenn Ford
Series cómicas con Ray Watson.	① DIBUJOS ANIMADOS	⑬ DOS A CERD
11.30:	⑬ FESTIVAL INFANTIL	21.5:
TELECOLEA TÉCNICA	Con Margalito Tenré y elenco con Pepe Biondi.	⑨ Y AHORA... ¿QUE?
11.30:	⑦ PERDIDOS EN EL ESPACIO	Conduce Enrique García Zabari.
Serie de ciencia-ficción.	17.30:	⑦ LA MULTI FAMILIA
⑨ CULTURAL, ANECDOTAS Y SERVICIOS	② IMÁGENES DEL MUNDO Y EL XLS	Tele teatro con Juan Carlos Dual y Diana Mengual.
⑬ VARIEDADES	⑦ EL CAPITAN MARTE	⑨ MISS ARGENTINA
⑬ EL SHOW DE LOS TRES CHIFLADOS	18:	Conduce María Formada.
12:	② EL PICARO RESARO	⑬ EL RICO Y EL POBRE
⑨ NOTICIERO	Telecomedia con Cristina Albert y Carlos Matusi.	22:
Primera edición.	① TAPDES DE MARCONI	② CONFLICTOS Y ARMONIAS
① DIBUJOS ANIMADOS	18:	Con Mila Lank.
12.30:	② SUPER AGENTE 86	⑦ KOJAK
⑦ NOTICIERO 7	⑨ EL MUNDO DE CALCULIN	Serie con Telly Savalas.
⑨ MISTER ED	Programa didáctico y de entretenimiento, producido por García Ferré.	22.30:
⑬ BOROCCO Y LA GENTE	18.25:	⑨ DIVISION HOMICIDIOS
Conduce Borocó Jr.	⑦ DE TODOS LOS TIEMPOS	con Ignacio Quirós.
12.55:	Micro programa con el Dr. Julio Gamero.	23:
⑦ CHARLAS DE UN CHIDLLO	18.30:	② LA CIUDAD DESNUDA
Micro programa con Tito Gómez.	② CAZA SUBMARINA	Serie.
13:	⑦ AVENTURAS DEL FUTURO	⑦ LA CLINICA DEL DR. PEREZ
⑦ VAMOS AL CINE	Hoy: "Rumbo a lo desconocido".	Telecomedia con Juan Carlos Theory y Julia Sandoval.
"Beyt Boop", dibujo animado, "Viajero al tiempo modelo", con Eddie Albert, "La bomba humana", con Lee Remick.	19:	① VIDEO SHOW
⑨ EL SHOW DE ELIO ROCA	② MISTER ED	Conduce Jorge Pontana.
① TELEFONE INFORMA	⑨ EL SHOW DE DICK YAN DYKE	23.25:
⑬ NOTICIERO 12	① TELEFONE INFORMA	⑦ QUE ME CUENTAS?
13.30:	⑬ EL ZORRO	Micro programa con Luis Medina Castro.
① PANTALLA GIGANTE	Con Guy Williams.	23.30:
③ ALMORZANDO CON MIRTHA LEGRAND	19.30:	⑦ ARGENTINA, EL MUNDO Y SUS PROTAGONISTAS
Con Carlos Estrada, Erica Walker y Gastón Estrada.	② LA PISTA DESPISTADA	Programa periodístico. Conduce: Blas de Villa.
14:	⑦ EL CIRCO DE MARRONE	③ LABORATORIO 77
⑨ LA FAMILIA SUPER STAR	Serie del oeste con Lonnie Frenne.	Hoy: Doctora V. Paster, Conchita Arroy.
14.30:	① BONANZA	24:
⑨ LA ISLA DE GULLIGAN	① TAPDES DE MARCONI	② COMBATE
15:	⑬ TELENOCHÉ	⑦ LOS PROTECTORES
⑦ ESTAMOS CON USTED UNA HORA	19.55:	Serie policial con Robert Vaughn.
Programa cultural, didáctico y periodístico.	⑦ PARA VIVIR EL PRESENTE	③ LITERATURA UNIVERSAL
15.30:	Micro programa con Malvina Peronini.	Conduce Ulyssa Petri de 0.30.
⑨ NUESTRAS TARDES	② LA PANTERA ROSA	⑦ NOTICIERO 7
Conduce Antonia Carrion.	⑦ REVISTA DE NOTICIAS	⑨ HORA DE NOTICIAS
MUCHO GUSTO	① KATZ Y CAUTO	③ MENSAJE DE MONSIEUR DIEZEL
Conduce Amamarta.	① RAY HELM	0.45:
① MATINEE	Con Telly Francina.	③ EL UNIVERSO Y USTED
⑬ TIEMPO DE VIVIR	② NOTIROS	Conduce Nelly Raymond.
Tele teatro con Ana María Pacheco y elenco.	Teleinformativos.	1:
		⑦ VEN, SEÑOR JESUS
		⑨ DIES CON NUESTROS
		Pastor Miguel Buzetti.
		① TELEFONE INFORMA

Figura 1. Grilla de programación publicada el jueves 19 de mayo de 1977, *Clarín*, p. 29. Fuente: Archivo personal del autor.

Podemos observar qué porcentajes de la grilla ocupan los distintos tipos de programas, según las cuatro categorías en las que los clasificamos: 17 %, programas educativos y culturales (cursos televisados, programas infantiles con fines pedagógicos y programas sobre literatura); 19 % informativos y periodísticos (noticieros y programas periodísticos); 5 % religiosos, y 59 % de entretenimiento.⁹⁹

La programación orientada al entretenimiento ocupa casi el 60 % del total y su importancia radica, además, en que son los programas que tienen mayores índices de audiencia: cuando se lanzó la temporada televisiva de 1977, *Videoshow* promedió los 5,4 puntos de rating, *El Zorro* 13,4; *Bonanza*, 15,9; *La Pantera Rosa* 15,7; *Los Tres Chiflados* 11,6 y *Almorzando con Mirtha Legrand*, 16 (*Somos*, 29 de abril de 1977, pp. 70-75). La apuesta

mayoritaria de la televisión de la dictadura fueron estos programas de entretenimiento que sostuvieron, a través de sus índices de audiencia, las inversiones en publicidad comercial. Las campañas de propaganda, que tenían lugar en el flujo televisivo de la época, debían acomodarse en los espacios publicitarios de una grilla establecida o limitarse a los espacios de los programas informativos, minoritarios en relación con la programación orientada al entretenimiento. La programación de entretenimiento se componía de la siguiente manera: 42 % series extranjeras, 25 % cine, 15 % comedias y variedades argentinas, 12 % infantiles y 6 % teleteatros y series argentinas.¹⁰

A partir de esta caracterización, observamos cómo un gran porcentaje de la programación orientada al entretenimiento (casi 70 %) se componía de programas extranjeros, incluyendo cine y series. Este tipo de programación, llamada en el ámbito televisivo “enlatados”, constituyó una base importante de lo que se veía en la pantalla (Varela, 2001, p. 55). También, las producciones nacionales tuvieron un papel relevante en la programación orientada al entretenimiento (por ejemplo, algunos de los programas que analizaremos en la próxima sección: *Almorzando con Mirtha Legrand*, *Videoshow* o *Mónica presenta*). En el caso de estos programas, no podemos afirmar que hayan sido producciones “de la dictadura” en el mismo sentido que los documentales de propaganda analizados al comienzo de esta sección por dos motivos: su mecanismo de producción y su autoría era diferente, y su objetivo no era explícitamente político. Por un lado, estos programas no eran realizados por la SIP, sino por las productoras asociadas a los canales de televisión de Capital Federal, que ya tenían un largo recorrido en la producción televisiva. Por otro, se trataba de programas orientados principalmente al entretenimiento que buscaban, a su vez, buenos índices de audiencias para funcionar como apuestas comerciales sin entrar en tensión con los criterios de censura impuestos por la SIP y los interventores militares de cada canal.

Con algunas innovaciones y la mezcla de novedades locales y series extranjeras, la programación orientada al entretenimiento estableció una continuidad con respecto a la televisión comercial del período previo a la estatización de los canales. Esta continuidad se reforzaba a partir de la presencia de las figuras de algunos profesionales de la televisión como productores, autores y *famosos* televisivos (Mazzaferro, 2018). Por último, el entretenimiento tuvo un lugar social muy diferente a la propaganda política que nos parece importante destacar. Se trataba de experiencias estéticas que formaban parte de la cultura de masas y contribuían, en un contexto autoritario, a la construcción de una cotidianidad y de una normalidad (Maase, 2016).

Comprender con mayor precisión la televisión del período nos permite imaginar mejor la cultura en dictadura en el sentido de calibrar los niveles de adhesión que implicaba el consumo de determinados productos audiovisuales, saliéndonos del par binario de complicidad o resistencia. En el prólogo de un libro reciente, Schenquer (2022), Ana Lonogoni y Cora Gamarnik destacan la importancia de pensar la “infinitud de matices y grises que no se pueden reducir al par binario complicidad y resistencia” durante la dictadura (Schenquer, 2022, p. 12). Postulamos que la cultura televisiva está plagada de grises y para entenderla no alcanza con centrarnos exclusivamente en la propaganda política. Debemos volver a pensarla por fuera de esos binarismos.

Parte II

La cultura televisiva de la dictadura

La programación de estos primeros años de la dictadura nos aporta elementos para entender la cultura televisiva del período, tal como la piensan Sabina Mihelj y Simon Huxtable (2018) en su libro *From media systems to media cultures*. Ellos estudian la televisión en los países socialistas de Europa del Este y proponen tomar distancia de un enfoque restringido al funcionamiento institucional del sistema mediático. Pensar las culturas televisivas consiste, para los autores, en analizar la programación teniendo en cuenta los diversos géneros que conviven en ella e incluyendo tanto la información como la ficción y el entretenimiento. Estas dimensiones son muy importantes para pensar la televisión más allá de las transformaciones políticas. Si no se observa la programación desde una perspectiva cultural se corre el riesgo de reproducir en la televisión, caracterizaciones generales que se utilizan para conceptualizar el período de la dictadura sin comprender la singularidad de lo televisivo.

Cuando en algunas historias de la programación de la televisión del período, hechas desde el periodismo, se habla de “pantallas negras” (Ulanovsky *et al*, 2011) o “el peor período de la televisión argentina” (Nielsen, 2006) creemos que se simplifica demasiado la cultura televisiva de la dictadura. Esas mismas historias, muchas veces, dan cuenta de innovaciones y programas de enorme popularidad más allá de los títulos que parecen sugerir que no había nada nuevo para ver. Nuestra mirada no pretende postular que se trata de un período particularmente creativo o innovador de la televisión, sino afirmar que la presencia de novedades en la pantalla es una constante necesaria en el funcionamiento de la televisión comercial¹¹.

Tomamos cierta distancia de la concepción desarrollada por Heriberto Muraro que, a principios de los años setenta, postulaba que toda la producción televisiva debía ser “un producto standard, lo más apegado posible a aquellas fórmulas que demostraron ser eficaces para atraer la audiencia debido a que toda experimentación supone un riesgo considerable” (1974, p. 208). Coincidimos, en cambio, con la postura de Mirta Varela que afirma que la televisión transita por “una tensión permanente entre la necesidad de innovación y la necesidad de reconocimiento por parte de un público amplio. Es esa necesidad de reconocimiento (...) lo que funciona como límite para la innovación” (2005, p. 274). Esta necesidad de innovación, limitada por la necesidad de reconocimiento, es una parte central del funcionamiento de una televisión que debe producir programas originales para aumentar los índices de audiencia.¹² Una televisión anquilosada, que no produce novedades, no funciona como espectáculo y, por ende, tampoco como negocio. Asumiendo a la televisión como una parte importante de la cultura, encontraremos en los programas elementos propios de los sentidos de la época.

Nos concentramos en tres programas que comenzaron entre 1976 y 1977. Se trata de *División Homicidios* (Canal 9), *Videoshow* (Canal 11) y *Mónica Presenta* (Canal 13). Los elegimos por estos motivos: se emitieron en los tres canales controlados directamente por el Ejército, la Fuerza Aérea y la Armada respectivamente; presentaron innovaciones tecnológicas, temáticas y estéticas que nos interesa destacar, y registraron altos índices rating. A

la vez, respondían a formas distintas del entretenimiento en la televisión: *División homicidios* era una ficción con rasgos del género policial que se emitía una vez por semana, por la noche y apuntaba a un público adulto. En el caso de *Videoshow* se trataba de un programa de *sketches* que retomaba elementos del humor televisivo y de los programas ómnibus en un segmento poco habitual: después de medianoche. *Mónica Presenta* era más parecido al género informativo de los noticieros, pero con una impronta más informal y un abordaje de las noticias que lo acercaba al formato de las revistas del espectáculo, una “revista visual”, en palabras de su conductora Mónica Cahen D’Anvers, (*Somos*, 16 de septiembre de 1977, s.p.).

División Homicidios surgió como un proyecto para una serie policial del escritor Marco Denevi y el director Martín Clutet (Nielsen, 2006) y se emitía una vez por semana, los jueves a las 22:30, por Canal 9, entre julio de 1976 y octubre de 1978. La historia estaba situada en la Argentina de los años treinta y tenía como protagonista a un inspector de la “división homicidios” de la Policía Federal Argentina llamado Baigorri. Pero la incorporación decisiva a la producción del programa fue, desde nuestra perspectiva, la de un comisario de la Policía Federal Argentina (PFA) llamado Plácido Donato. Donato era, en 1976, jefe de Prensa y Difusión de la PFA y, además, un fanático de la literatura policial (y particularmente de Denevi) que ya tenía experiencia en la escritura en medios *broadcast* a partir de un programa radial. La combinación entre la inquietud literaria y la experiencia policial hizo que Donato se incorporara al proyecto del programa, en primer lugar, como investigador histórico-policial y, más adelante, como autor de la mayoría de los libretos.

A su vez, se sumaron contactados por Donato, varios escritores que estaban en las mencionadas “listas negras” de la dictadura como Roberto “Tito” Cossa y Ricardo Halac (Nielsen, 2006, p. 179). A diferencia de Nielsen (2006), que interpreta este hecho como un descuido de la PFA, nuestra interpretación es que la presencia de la Policía como parte de la producción del programa y de un comisario como uno de sus principales autores fue lo que le permitió al programa convocar a figuras excluidas de otro tipo de ficciones y tocar algunos temas relativamente trasgresores para la época. Al mismo tiempo, el programa fue un éxito de audiencias. Según Donato, alcanzó en ocasiones los 40 puntos de *rating* superando a la serie estadounidense SWAT que se emitía por el Canal 13 (controlado por la Armada) en el mismo horario (Donato, 1995, p. 209). Para ejemplificar algunos de los elementos de la estética y la temática del programa nos concentraremos en uno de los primeros episodios, escrito por Donato, emitido por Canal 9 en septiembre de 1976 y titulado “Noche de lluvia”.¹³ La estructura del episodio, que se reitera en la mayoría de los capítulos de la serie, es la de un crimen, que sucede en el primer bloque, seguida de la investigación del enigma sobre la identidad del asesino que se termina de resolver en el último. En la investigación aparece, en un primer plano, el carisma y el ingenio del inspector Baigorri que, a la manera de un “Sherlock Holmes argentino” (Donato, 1995, p. 208), pone en juego su pensamiento deductivo para develar el enigma. En este episodio, el asesinato de un hombre adinerado en una casa quinta del barrio de Belgrano se entrelaza con un triángulo amoroso y con los vínculos de la víctima con el contrabando. La presencia de la sexualidad y de la violencia se sugiere en todo el capítulo, aunque no aparezca de forma explícita en las imágenes. La figura de la viuda es presentada como una mujer seductora que atrae a los propios policías que

investigan el caso. En el momento en que Baigorri y su asistente llegan por primera vez a la escena del crimen aparece la pregunta de por qué la víctima no logró defenderse dado que se trataba de un “coleccionista de armas”.¹⁴ El inspector y su asistente conversan, en una larga escena, sobre las armas de la víctima y se dedican a admirar algunas de ellas. Luego de diversas pistas que llevan a sospechar de diferentes personajes, el inspector Baigorri logra deducir que la autora del crimen fue Nora, amante de la víctima y amiga de la familia. Algunas de las condiciones de producción del programa, como la presencia de la PFA en la producción y la ambientación en otro período histórico (como la década del treinta) son, desde nuestra interpretación, elementos decisivos para que la serie pudiera abordar asuntos que no eran habituales en la televisión de los primeros años de la dictadura. La presencia de estos elementos temáticos en *División homicidios* remite al análisis realizado por Sebastián Carassai (2013) respecto al papel del deseo y la violencia entre 1969 y 1975. El autor marca cómo, en ese período, existía en la sociedad argentina una naturalización de la violencia, en ocasiones erotizada o utilizada como mecanismo publicitario. Resulta interesante observar cómo estos rasgos, que se transforman con la llegada de la dictadura y la recuperación por parte del Estado del monopolio de la violencia, persisten en el programa de una forma que podríamos conceptualizar como “residual” en el sentido que le atribuye Williams (2010), es decir, como aquello “formado en el pasado” que todavía “se halla en actividad en el proceso cultural” (p. 161). La fascinación con la violencia, la presencia de una colección de armas en la casa de un particular y la asociación entre erotismo y asesinatos, se hacen presentes en este episodio de *División homicidios* mostrando de qué manera la programación televisiva puede tener texturas muy diferentes, incluso rasgos residuales de procesos culturales con los que la política establecía un corte radical.

Otro programa innovador fue *Videoshow*. Comenzó en abril de 1977 con la conducción de Jorge “Cacho” Fontana y se emitía por Canal 11, de lunes a viernes, de 23:00 a 00:01. La inspiración de este programa, en este segmento de la programación, fueron los *late night shows* presentes desde hacía muchos años en la televisión estadounidense, el propio nombre y horario del programa juegan con esa referencia. Otra de sus novedades, también presente en el nombre del programa, fue la introducción en la televisión argentina de las cámaras de video U-matic portátiles, que permitían la realización de numerosas notas en el exterior del país.¹⁵ Los usos de la tecnología causaban impacto en la crítica televisiva publicada en medios gráficos que veía, en el programa de Fontana, un hecho inédito en la televisión (*Somos*, 15 de abril de 1977, p. 34).

La misma revista destacaba cómo, ante el nuevo recurso tecnológico, el programa proponía un recorrido intenso, a través del montaje, por notas de diferentes temas que abarcaban personajes del mundo del espectáculo, como Tato Bores y Susana Giménez, informes sobre las modas de cada estación, aunque el protagonismo lo tuvieran siempre las notas breves sobre acontecimientos ocurridos en el exterior. Estos pequeños bloques de notas de no más de tres o cuatro minutos se veían intercaladas con tandas de publicidad muy cortas, de veinticinco segundos de duración, que en muchos casos incluían un solo aviso (Nielsen, 2006). Esta forma particular de utilización de la publicidad era denominada, por el propio conductor del programa, con el nombre de “isla comercial” (*Somos*, 15 de abril de 1977, p. 35).



Figura 2. Placa de apertura de *Videoshow* en su edición de 1977. Fuente: Archivo personal del autor.

La estética del programa y su relación con la publicidad lo hicieron, en los años noventa, objeto de indagación de un artículo de Carlos Mangone (1996) que lo postulaba como programa símbolo de la dictadura. El autor agregaba que el contexto económico del dólar barato facilitaba las numerosas notas en el exterior que “nos llevaban a todos los países menos al nuestro” (1996, p. 43). El artículo de Mangone tiene el mérito de destacar, muy tempranamente, elementos de innovación en la programación de la dictadura y marcar, a la vez, cómo se trata de rasgos que continuarán presentes en los años posteriores a la transición. Coincidiendo con el análisis de Mangone, nos interesa indagar un poco más en las formas que asumió esta trama ideológica, artística y empresarial.

Videoshow introduce una novedad importante en su mecanismo de producción: si bien se emitía por Canal 11, dependiente de la Fuerza Aérea, se realizaba en una productora independiente llamada Marín, De Lorenzo y asociados. Esta modalidad de una productora que vendía su contenido a un canal de televisión resultaba una novedad para el período, pero será una de las marcas más importantes del desarrollo de la televisión en la década del noventa (Juan y Quinn, 2002 y Rossi, 2005). La inversión en tecnología, uno de los elementos distintivos del programa, era una apuesta de la productora: según la misma revista *Somos*, el costo del equipamiento inicial insumió más de 50.000 dólares, contando las cámaras y sus “mochilas” y el equipamiento para la edición. Sin embargo, la inversión se justificaba con la ganancia en publicidad que promediaba los 3.600.000 pesos por programa (*Somos*, 15 de abril de 1977, p. 37).

En estrecho vínculo temático y estético con *Videoshow* comenzó, en junio de 1977 por Canal 13, *Mónica presenta*.¹⁶ Se trató de una idea de Carlos Montero, productor que había sido uno de los directores de programación de Goar Mestre en el período de la televisión privada y sugerido por el empresario uno de los hombres principales para que continúe en el canal intervenido por la Armada (Sirvén, 1996, p. 124). Montero sería clave en la transformación de Canal 7 en ATC luego de finalizado el Campeonato Mundial de Fútbol

de 1978 (Sticotti, 2017). Comenzó emitiéndose una vez por semana, los jueves, en el horario central, entre las 20:00 y las 21:00. Le daba importancia a acontecimientos políticos, deportivos y del mundo del espectáculo, y se limitaba, en el caso de los primeros, al ámbito internacional.

El horario (en el *prime time*) y el formato de las notas (en el sentido de la extensión y de la presencia de numerosas entrevistas que los conductores, muchas veces, se encargaban de traducir en simultáneo del inglés y del francés) eran diferentes a las de *Videoshow*. Si bien usaban las cámaras de video para algunas transmisiones en directo, las notas más largas filmadas en el exterior (por ejemplo, la realizada a los periodistas de *The Washington Post*) se grababan en filmico. El programa tuvo mucho *rating* y pasó, en septiembre del mismo año, a emitirse todos los días.¹⁷ En marzo de 1978 alcanzó su pico de audiencia con 44,4 puntos de rating con la cobertura del periodista Domingo Di Núbila del secuestro del primer ministro italiano Aldo Moro por parte de las Brigadas Rojas (Cahen D'Anvers, 2016, p. 133).



Figura 3. Mónica Cahen D'Anvers entrevistando al astronauta Buzz Aldrin en *Mónica Presenta* en 1979. Fuente: Archivo personal de Daniel Luirette.

Más allá de la centralidad de las figuras entrevistadas, que iban desde Muhammad Alí a Les Luthiers, pasando por Angie Dickinson de la serie *Mujer policía*, Guillermo Vilas y el astronauta Buzz Aldrin, cuando el programa pasó a su formato diario, lo que sostuvo su popularidad fue el carisma y la actitud de su conductora Mónica Cahen D'Anvers. Se trataba de un estilo particular que combinaba elementos cultos (traducía simultáneamente del francés y del inglés con una pronunciación particularmente cuidada) con cierto desparpajo informal (su forma de vestirse, la cercanía física a los entrevistados y algunas puestas de las entrevistas).

En una nota con Guillermo Vilas realizada en Francia, por ejemplo, la conductora y el tenista se mostraban acostados en el pasto mientras la cámara iba alternando sus rostros a través de un zoom muy cercano. Pero hay otro tipo de notas que mostraban con mayor

claridad la centralidad de la conductora. Un ejemplo paradigmático podría ser la cobertura, desde Londres, de una importante huelga de pilotos comerciales europeos en 1977. Allí, Mónica sostenía una nota de más de diez minutos conversando en inglés y francés con pasajeros varados de distintas nacionalidades, indagando cuánto más duraría la huelga y presentando estadísticas de la cantidad de revistas y diarios vendidas en los quioscos del aeropuerto. Se trata de un ejemplo que muestra de qué manera el programa logró imponer un estilo sostenido en la figura de su conductora. Su estilo más informal que otras figuras de la televisión (como podría ser Mirtha Legrand), sumado a su actitud para construir interés en las noticias más allá de la importancia de los entrevistados (desde figuras importantes como Guillermo Vilas a pasajeros varados en un aeropuerto) fueron elementos innovadores para la televisión del período.

Observando las notas de *Mónica presenta* podemos marcar otra coincidencia con respecto al diagnóstico realizado por Mangone (1996) sobre *Videoshow*: la mayoría se realizan en el exterior o bien se trata de entrevistas a personalidades extranjeras en el marco de los estudios de Canal 13. La coyuntura local se encontraba ausente, condición que parecía necesaria para mantener la impronta liviana y de entretenimiento que buscaba el programa. Años después, en su autobiografía, Mónica Cahen D'Anvers recuerda cómo su padre, que vivía en París, le transmitía su preocupación por los "hechos atroces" que ocurrían en Argentina mientras ella "no tenía idea de lo que estaba pasando aquí" (Cahen D'Anvers, 2016, p. 136). A continuación, la conductora afirma:

Y sí, era verdad, no sabía nada. Ser periodista y no saber nada. Con el tiempo fui reflexionando, pensando en esos años. ¿Cómo pude haber sido tan superficial y no haber sabido lo que estaba pasando? Me sentí mal, muy mal, y hoy me da una enorme vergüenza (2016, p. 136).¹⁸

El tipo de periodismo enfocado en el entretenimiento y con notas mayoritariamente internacionales que se desarrolló en la televisión de los primeros años de la dictadura parecía poder omitir la coyuntura local de sus temas informativos sin que esto resultara, durante ese tiempo, una contradicción para sus protagonistas.

Regresos estelares

Para comprender la cultura televisiva de estos primeros años de la dictadura también son importantes algunos programas que regresaron a la televisión. Nos concentramos en dos figuras que, durante el desarrollo de la televisión comercial en la década del sesenta y los primeros setenta, ya habían logrado un importante reconocimiento del público: Mirtha Legrand y Alberto Olmedo. La presencia de estas figuras en la televisión de los primeros años de la dictadura es importante porque expresa la continuidad de la televisión comercial sostenida en el entretenimiento que se había desarrollado en los años previos a la estatización de los canales por parte del gobierno peronista entre 1973 y 1974. A la vez,

podemos observar, a través de su presencia en la televisión, los niveles de autonomía (y su relativa heteronomía) respecto a las decisiones tomadas por las autoridades los canales.



Figura 4. Emisión del programa *Almorzando con Mirtha Legrand* en septiembre de 1976 con Roberto Sánchez (Sandro) como único invitado. Fuente: Archivo personal de Daniel Luirette.

Durante el gobierno de María Estela Martínez de Perón, el programa de Mirtha Legrand fue desplazado de la televisión en 1974, luego de algunos comentarios sobre el peronismo a cargo de la gestión de los canales en una de las emisiones de los almuerzos. La narrativa construida por algunos medios gráficos —como el caso de la revista *Gente*— sobre ese hecho fue que el programa había sido “prohibido”.¹⁹ La revista buscaba aportarle cierta épica al regreso de una de las figuras más populares de la televisión. El primer programa de *Almorzando con Mirtha Legrand* en 1976 se emitió por Canal 13 el lunes 31 de mayo. En el número siguiente de *Gente* obtenemos detalles de la primera emisión del programa. Comenzaba con la voz en *off* de un locutor que afirmaba: “Tiempo de nostalgias... tiempo que se recupera... el regreso de lo esperado siempre conmueve... emociona. Es algo que debía estar y sin embargo faltaba... es lo vital que llega justo y revive”. Los invitados de esa primera emisión fueron Astor Piazzolla, Bruno Gelber, Delia Garcés y Nati Mistral (*Gente*, 3 de junio de 1976, p. 68).

La narrativa de la revista buscaba mostrar como una interrupción la prohibición del programa de Legrand durante el gobierno peronista y como un regreso “esperado” su retorno a la televisión en 1976. Desde nuestra interpretación, el programa de Mirtha Legrand tenía un peso importante como símbolo de la televisión comercial orientada al entretenimiento. Había surgido en Canal 9 en la década del sesenta y, para comienzos de los setenta gozaba

de mucha popularidad. A los pocos meses de su regreso, el programa volvía a ser uno de los que cosechaba mayor rating en la televisión argentina, alcanzando el segundo puesto en los índices de audiencia en agosto de 1976 con un promedio de 23,5 puntos de *rating* (*Somos*, 24 de septiembre de 1976, p. 81). Dentro de los invitados del programa en 1976 y 1977 prevalecen los miembros del mundo del espectáculo con una presencia importante de músicos, como es el caso de Sandro en septiembre de 1976.

En octubre de 1977 los invitados fueron la familia Mores, cuyos integrantes se dedicaban al tango: Mariano Mores, compositor e intérprete; su esposa Myrna Mores, cantante de tango; sus hijos Nito Mores y Silvia Mores, también músicos, y Claudia Mores, pareja de Nito y también cantante. El programa comenzaba con una conversación en el living en la que la conductora enfatizaba en la unión de la familia, con sus típicas preguntas incómodas, como cuando interpela a Mariano diciendo: “¿Te molesta que los llamen el clan Mores?”. Luego pasaron a la mesa donde la conversación giró en torno a la actualidad del tango y la distancia del género respecto a la juventud. En ese momento, Nito sugirió la necesidad de actualizar las letras y llevarlas a temas más cercanos a la actualidad: “Necesitamos compositores de tango que pinten un Buenos Aires de hoy”.

El cierre del programa parecía sintetizar el espíritu familiar con una dosis de nacionalismo cuando la familia completa interpretó el tango de Mariano titulado “Enteramente argentino” y Mirtha elogió a Silvia y a Nito afirmando “ese amor por sus padres es un ejemplo para la juventud”. Se puede observar, en este programa, cómo la coyuntura local se encuentra aludida de una forma muy general (a través de la referencia a modernizar las letras del tango) y cómo aparece un énfasis en la familia asociada al ser nacional que se corona con la canción interpretada por los Mores. A partir de este ejemplo, podemos comprender mejor el lugar que ocupaba el programa *Almorzando con Mirtha Legrand* en la coyuntura de los primeros años de la dictadura: no solo funcionaba como un símbolo de continuidad de la televisión comercial de la etapa anterior al peronismo, sino que sintonizaba, a partir de los temas que traía con sus invitados, con algunos valores proclamados por la dictadura, como la familia y la patria. Estos valores coinciden con el “modelo oficial” de familia y parentesco que proponía el gobierno autoritario en sus discursos oficiales (Filc, 1997).

Muy diferente fue el regreso a la televisión de Alberto Olmedo, otro “famoso” televisivo que se había consagrado en la década anterior. En la inauguración de la temporada televisiva de 1976 de su programa *El Chupete*, mostró rápidamente los límites del tipo de humor que se podía hacer en la televisión de la dictadura. Cuando comenzó la primera emisión del año del programa el 4 de mayo de 1976, el locutor, Jorge Mauricio Nicolao, salió al aire y anunció mirando a cámara: “Alberto Olmedo ha desaparecido”. Inmediatamente radios y otros canales de televisión se hicieron eco de la noticia anunciando el fallecimiento del cómico. No importó que Olmedo apareciera en el estudio minutos después del anuncio de Nicolao afirmando “¿Qué pasa? ¿Acaso no se puede llegar tarde?”, la noticia ya se había difundido y el canal debió emitir un comunicado para desmentirla (*Ahora*, 17 de marzo de 1988, s.p).

Poco después, Olmedo escribiría una disculpa pública, pero igualmente el ciclo quedaría suspendido.²⁰ Tal como analiza Melisa Redondo (2019) se trató de algo pensado como una broma que terminó trasgrediendo un límite y no produciendo gracia.²¹ En lugar de

hacer reír generó preocupación en las personas que interpretaron su “desaparición” como que realmente Olmedo había muerto. Pero también trasgredió un límite que el entretenimiento, en el contexto de los primeros años de la dictadura, parecía no poder cruzar: el de meterse con la coyuntura local y particularmente con la idea de desaparición que en aquel momento empezaba a asociarse, aunque muy vagamente, a la violencia que se vivía en el país (Schindel, 2012).²² Desde nuestra interpretación, el problema del episodio de la “desaparición” de Olmedo es doble: en primer lugar, siguiendo la interpretación de Redondo (2019), el episodio no funcionó como chiste porque causó preocupación en lugar de gracia, es decir, fracasó en su pretensión de comicidad. Pero además, producto del carácter improvisado de los *sktches* del cómico, se saltó cualquier tipo de control de los mecanismos internos de censura que tenían los canales (asesores literarios, interventores que revisaban la programación), es decir que fracasaron los mecanismos de control de la televisión para evitar ciertas “trasgresiones”.

En síntesis, a partir de diversos programas nuevos como *División Homicidios*, *Videoshow* y *Mónica presenta*, y a partir de los regresos a la televisión de “famosos” como Mirtha Legrand y Alberto Olmedo, podemos observar, sin agotarlo, un panorama general de las innovaciones temáticas (exploraciones sobre algunos géneros televisivos), estéticas (estilos de conducción), tecnológicas (usos de cámaras y recursos técnicos) y comerciales (cambios en la forma de hacer publicidad) que se produjeron en la programación televisiva de los primeros años de la dictadura. Estas innovaciones se insertan en un contexto histórico y político, pero también responden a una lógica propia del funcionamiento de la televisión en la que es necesaria la renovación de las propuestas para mantener la llegada a un público amplio. Esta lógica de funcionamiento no se interrumpió en los primeros años de la dictadura y obedece a una dinámica diferente que merece ser analizada más allá de la producción de piezas de propaganda.

Consideraciones finales

Al comienzo de este trabajo marcamos cómo el gobierno militar debió administrar dos herencias recibidas: una de más largo plazo, la cultura televisiva forjada en los años de la televisión comercial y otra más reciente, la estatización de los canales durante el último gobierno peronista. La continuidad de la primera se verifica en la centralidad de la programación basada en el entretenimiento que se combinó, en la coyuntura de los primeros años de la dictadura, con un repunte de la industria de la publicidad comercial que encontró en la televisión una plataforma para desarrollar sus negocios. La continuidad de la segunda se plasma en la decisión militar de mantener el carácter estatal de los canales, cerrar las negociaciones con los ex permisionarios y utilizar los canales de dos formas fundamentales: como espacio para el despliegue de su estrategia propaganda y para darle continuidad a la competencia por el rating reemplazando a los viejos empresarios de la televisión por los interventores militares. Lejos quedó la pretensión, desarrollada por muy poco tiempo durante el tercer peronismo, de transformar a la televisión en un servicio

público, en el sentido de una programación planificada de forma centralizada (Morone y De Charras, 2005). De esta combinación de herencias resultó la televisión comercial controlada por los militares que funcionó durante toda la dictadura.

En nuestro análisis sobre la programación televisiva decidimos ponderar algunas propuestas de programas nacionales de diferentes estilos que combinan ficción, periodismo y entretenimiento. Postulamos que se trata de programas que no pueden ser pensados como “de la dictadura” del mismo modo en que se piensan los documentales de propaganda analizados por algunos antecedentes referidos (Feld, 2013; Visconti, 2017 y Varela, 2018). La importancia de analizar estos programas, a través de las fuentes disponibles, radica en no reducir a la televisión de la dictadura a la propaganda política que ocupaba, tomando la programación desde una perspectiva global, una porción minoritaria. Postulamos que esto permite avanzar en la comprensión de la televisión de la última dictadura ampliando los análisis, académicos y periodísticos, que se hicieron hasta ahora.

Cuando profundizamos en estos programas nos encontramos con formas más sutiles de reivindicar los valores “del Proceso” (como en el caso de la presencia de la familia y la patria en el programa de Mirtha Legrand); con elementos residuales, que formaban parte de la sintaxis de los medios en otro período (como el caso del episodio de *División Homicidios* y la presencia de la violencia y la sexualidad); con innovaciones estéticas, tecnológicas y comerciales que aprovechaban la coyuntura del dólar barato para incorporar tecnología y sostener corresponsales en el exterior (como los casos de *Videoshow* y *Mónica presenta*) y con ejemplos de bromas que sobrepasan los límites de lo permitido por el dispositivo de censura y sufren sanciones al respecto (como el caso de Olmedo y el primer episodio de *El Chupete*). Esta diversidad de situaciones no agota lo que fue la programación de los primeros años de la televisión de la dictadura. Pero los programas analizados nos permiten ahondar en una visión de la cultura de la época que va mucho más allá de cualquier mirada uniforme sobre la programación y sus características. Una televisión que mantuvo la estatización de los canales producida pocos años antes pero que profundizó, con innovaciones, en la apuesta por una programación basada en el entretenimiento y la competencia por el *rating* desarrollada entre los años sesenta y principios de los setenta.

Referencias

- Aprile, O. C. (2009). *La publicidad cuenta su historia*. La Crujía.
- Barbero, J. M. (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili.
- Bauso, M. (2018) 78. *Historia oral del Mundial*. Sudamericana.
- Carassai, S. (2013). *Los años setenta de la gente común: La naturalización de la violencia*. Siglo Veintiuno Editores.
- Cahen D'Anvers, M. (2016). *Mónica presenta*. Planeta.
- Donato, P. (1995) *Confesiones de un comisario*. Planeta.
- Feld, C. (2013). La representación televisiva de los desaparecidos: del Documento final... Al

- programa de la CONADEP. En M. Varela y M. Mestman (Eds.), *Masas, pueblo, multitud en cine y televisión*. EUDEBA.
- Filc, J. (1997). *Entre el parentesco y la política. Familia y dictadura (1976-1983)*. Biblos.
- Franco, M. (2008). *El exilio. Argentinos en Francia durante la dictadura*. Siglo XXI.
- Franco, M. (2012). *Un enemigo para la nación: Orden interno, violencia y «subversión», 1973-1976*. Fondo de Cultura Económica.
- Gago, M. P., y Saborido, J. (2011). Somos y Gente frente a la guerra de Malvinas: Dos miradas en una misma editorial. En *Voces y silencios. La prensa argentina y la dictadura militar (1976-1983)*(pp. 335-358). EUDEBA.
- García, H. R. (2012) *La culpa la tuve yo. Militares, ERP, López Rega y AFIP*. Planeta.
- Juan, V., y Quinn, M. (2002). Las productoras independientes em los '90: Una introducción desde la economía política. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, 2(2).
- Maase, K. (2016). *Diversión Ilimitada. El auge de la cultura de masas (1850-1970)*. Siglo XXI España.
- Mangone, C. (1994). Dictadura cultura y medios. 1982-1983: dime cómo fue la transición y te diré cómo fue la dictadura. *Causas y azares*, 3(4), 39-47.
- Mazzaferro, A. (2018). *La cultura de la celebridad. Una historia del star system en la Argentina*. EUDEBA.
- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela: La producción de ficción en América Latina*. Paidós.
- Mihelj, S. y Huxtable, S. (2018). *From media systems to media cultures: Understanding socialist television*. Cambridge University Press.
- Morone, R. y De Charras, D. (2005) El servicio público que no fue. La televisión en el tercer gobierno peronista en Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de la comunicación en la Argentina (1920-2004)*. La Crujía.
- Muraro, H. (1974). *Neocapitalismo y comunicación de masa*. EUDEBA.
- Muraro, H. (1987). Comunicación masiva durante la dictadura militar y la transición democrática en la Argentina, 1973-1986, en Oscar Landi (comp.) *Medios, transformación cultural y política*. Legasa.
- Nielsen, J. (2006) *La magia de la televisión argentina 3 1971/1980*. Ediciones del Jilguero.
- Novaro, M., y Palermo, V. (2003). *La dictadura militar, 1976-1983: Del golpe de estado a la restauración democrática*. Paidós.
- Postolski, G. y Marino, S. (2005) Relaciones peligrosas: los medios y la dictadura entre el control, la censura y los negocios en Mastrini, G. (ed.) *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y políticas de la comunicación en la Argentina (1920-2004)*. La Crujía.
- Ramírez Llorens, F y Sticotti, J. (2022) Un largo camino hacia el Estado: actores y temporalidades de la estatización de la televisión argentina. *Quinto Sol*, Vol 26, Número 2.
- Ramírez Llorens, F. (2024). Listas negras. La prohibición de trabajar en medios de comunicación durante la última dictadura argentina (1976-1983). *Rubrica Contemporánea*, 13(26), 205-226.
- Ramírez Llorens, F. (2025). “Hay una cosa que es el aplauso de la patria de uno”. Formas de luchar contra las “listas negras” en la última dictadura argentina (1976-1983). *Cua-*

- dernos de Historia*, 63, 131-164.
- Redondo, M. (2019) Black Humor and Dictatorship in Argentina: Alberto Olmedo's "Disappearance". Ponencia presentada en la International Society of Humour Studies, Austin.
- Risler, J. (2018). *La acción psicológica: Dictadura, inteligencia y gobierno de las emociones (1955-1981)*. Tinta Limón.
- Risler, J. (2021). "Ganar la paz" (1977-1978). Propaganda y retórica oficial de la dictadura. En Dappiano, K. Fabrizio, M. Patiño Mayer, L. & Verzero, L. (Eds.), *Sombras, suspiros y memorias. Prácticas culturales y dictaduras en el Cono Sur*. (Universidad Nacional de Lanus).
- Romay, A. (2006) *MemoriZAR*. Tiempos editorial.
- Rossi, D. (2005). La radiodifusión entre 1990-1995: La exacerbación del modelo privado comercial. En G. Mastrini (Ed.), *Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*. La Crujía.
- Schenquer, L. (2023) *Terror y consenso. Políticas culturales y comunicacionales de la última dictadura*. EDULP.
- Schindel, E. (2011). *La desaparición a diario: Sociedad prensa y dictadura (1975-1978)*. Eduvim.
- Sirvén, P. (1996). *El rey de la TV: Goar Mestre y la historia de la televisión*. Clarín Aguilar.
- Sticotti, J. (2017) De canal 7 a ATC: dictadura, renovación tecnológica y apuesta por la televisión comercial. *Revista Brasileira de História da Mídia*, Vol. 6, Número 1.
- Ulanovsky, C., Sirvén, P., & Itkin, S. (2011). *Estamos en el aire: Una historia de la televisión en la Argentina*. Emecé.
- Varela, G. (2017). *La guerra de las imágenes: Una historia visual de la Argentina*. Planeta.
- Varela, M. (2001). Silencio, mordaza y «optimismo». *Todo es Historia*, 404, 50-63.
- Varela, M. (2005a). *La Televisión Criolla: Desde Sus Inicios Hasta la Llegada Del Hombre a la Luna, 1951-1969*. Edhasa.
- Varela, M. (2005b). Los medios de comunicación durante la Dictadura: Entre la banalidad y la censura. *Camouflage Comics. Censorship, Comics, Culture and the Arts*. http://www.camouflagecomics.com/pdf/02_varela_es.pdf
- Varela, M. (2018). La memoria en el discurso audiovisual de las juntas militares en Argentina (1976-1983). *Comunicación y Sociedad*, 31, Article 31. <https://doi.org/10.32870/cys.v0i31.6881>.
- Visconti, M. (2017). Imágenes en disputa, documentos de una época. Cine y dictadura en la Argentina. *Archivos de la Filmoteca*, 0(73), Article 73.
- Williams, R. (2010) *Marxismo y literatura*. Las cuarenta.

Abstract: This article analyzes Argentine television during the early days of the last dictatorship (1976-1978) through three main dimensions: the actions of the main social actors involved in the medium (military, entrepreneurs, and professionals); the institutional decisions that appear in official documents; and the aesthetic and thematic innovations in programming. It also proposes to discuss perspectives that focus exclusively on censorship and propaganda when addressing television during the last dictatorship. Instead, it posits the need to analyze the centrality of entertainment-oriented programming, reflect on the role of television professionals outside the complicity/resistance dichotomy, and consider the centrality of technology in the modernization of the medium. The study is based on the hypothesis that the dictatorship appropriated two legacies in its television policy: the nationalization of the main channels (9, 11, and 13) in 1974 and the commercial tradition forged by businessmen in the 1960s. Based on these legacies, it developed its policy, which focused on decentralized censorship, innovations in programming (*Videoshow*, *Mónica presenta*, *División Homicidios*), and the return of figures such as Alberto Olmedo and Mirtha Legrand. The study will draw on its own archive of sources, interviews with television professionals, audiovisual archives, and programming schedules. It is intended as a contribution both to the field of media history in Argentina and to its articulation with debates on recent history.

Keywords: television – dictatorship – entertainment – propaganda

Resumo: Este trabalho analisa a televisão argentina durante o início da última ditadura (1976-1978) através de três dimensões principais: a atuação dos principais atores sociais envolvidos no meio (militares, empresários e profissionais); as decisões institucionais que aparecem em documentos oficiais e as inovações estéticas e temáticas na programação. Propõe-se, por sua vez, discutir com os pontos de vista que se concentram exclusivamente na censura e na propaganda para abordar a televisão da última ditadura. Em contrapartida, postula a necessidade de analisar a centralidade da programação orientada para o entretenimento, refletir sobre o papel dos profissionais da televisão fora da dicotomia cumplicidade/resistência e ponderar a centralidade da tecnologia na modernização do média. O trabalho parte da hipótese de que a ditadura se apropria de duas heranças na sua política televisiva: a estatização dos principais canais (9, 11 e 13) concretizada em 1974 e a tradição comercial forjada por empresários na década de 1960. A partir dessas heranças, ela desenvolverá sua política, cujos eixos passarão por: a censura descentralizada; as inovações na programação (*Videoshow*, *Mónica presenta*, *División Homicidios*) e o retorno de figuras como Alberto Olmedo e Mirtha Legrand. Trabalharemos com um arquivo próprio de fontes, entrevistas com profissionais da televisão, arquivo audiovisual e grades de programação. Propõe-se como uma contribuição tanto para o campo da história dos meios de comunicação na Argentina como para a sua articulação com os debates da história recente.

Palavras-chave: televisão – ditadura – entretenimento – propaganda